智库理论与实践
THINK TANK: THEORY & PRACTICE
第 1 卷 第 1 期 2016 年 2 月

智库报告

新型媒体与国家软实力战略

——"今日俄罗斯"（RT）的发展与启示

■ 谢新洲[1] 陈春彦[2]
[1] 北京大学新媒体研究院 北京 100871 [2] 北京大学新闻与传播学院 北京 100871

摘要：[目的 / 意义] 针对传统大众传媒如何借助互联网、社交网络等技术段和平台更好地实施国家软实力战略的问题，以"今日俄罗斯"电视频道（RT）的实践为例，探讨从国家层面借助于新型媒体实施国家软实力战略的路径。[方法 / 过程] 采用文献法和案例法，以国家形象为中心，分析 RT 实施"重塑俄罗斯国家形象""传递俄罗斯观点"媒体战略的经验。[结果 / 结论] 研究发现，借助于现代传播技术，传统媒体能够实施成功转型，更加有效地服务于国家软实力战略。研究得出的启示，有助中国及其他新兴国家的媒体增强信心，重构世界信息传播新格局。

关键词：国家形象 国际传播 外交战略 媒体品牌 媒体定位
分类号：G13/17

当前，以军事力量为代表的"硬实力"越来越令人担忧并易招致反抗，因而"软实力"成为国际竞争的新型武器。身陷西方国家各种制裁之中的俄罗斯，在强调总统普京的"硬汉"形象的同时，同样注重以俄罗斯传统文化、科学技术、大众传媒、公民外交等为手段的国家"软实力"建设。

其中，以电视频道"今日俄罗斯"（Russia Today，简称 RT）为代表的新型大众传媒成为俄罗斯"软实力"中的显著力量。由于其自身出色的表现，2014 年，根据俄罗斯总统令的要求，俄罗斯政府整合俄罗斯新闻社、俄罗斯之声广播电台和今日俄罗斯电视台（RT），组建了新的对外传播航母"今日俄罗斯"（RT）新闻通讯社，以期合力重塑俄罗斯国家形象、传播俄罗斯观点、突显 RT 的媒体品牌价值、引起国际社会的广泛关注。

本文以国家形象塑造为重点，分析新型媒体在国家软实力战略中的地位及其影响。

1 "软实力"与"国家形象"是俄罗斯外交战略的重要构成

1.1 俄罗斯重塑国家形象的任务艰巨

国立莫斯科大学国家管理系副教授、历史学候补博士纳乌莫夫·阿历山大·奥列戈维奇研究发现[1]，俄罗斯作为苏联的合法继承人，其国家形象却越发模糊。一方面，冷战时期被西方广为宣传的俄罗斯落后的"旧形象"——"侵略性的专制国家""具有威胁邻邦的传统"——尚未消除；另一方面，同样不堪的俄罗斯"新形象"——"分崩离析的国家""停滞和贫穷""管理者缺乏专业素养""企图'复辟帝国'"等——开始流传。显然，新旧"形象"皆非正面形象。遗憾的是，这些形象被西方媒体放大后不断得到固化，在国际社会，特别是在西方国家受众中形成了一种刻板印象。

根据皮尤研究中心的调查，在 2014 年，西方反俄罗斯的情绪有实质性的加强，在受访国家占压倒性的多数：在 44 个国家中近 43% 的受访公民对俄罗斯持负面态度，正面的仅占 34%。2014 年 BBC 的 Globe Scan 分社曾经做过类似的调查，其中俄罗斯在 17 个国家中处于第 13 位，45% 的受访者给予负面评价，正面评价只占 31%[2-5]。

1.2 软实力成为俄罗斯外交战略重要组成

2014 年在美国纽约卡耐基组织的研讨会上，美

作者简介：谢新洲，北京大学新媒体研究院院长、教授、博士生导师，E-mail: xiexz@pku.edu.cn；陈春彦，北京大学新闻与传播学院传播学博士生，北京青年报社高级编辑，E -mail: chenchunyan@ynet.com。

国学者对于俄罗斯“软实力”的认识出现两个极端，一方认为以 RT 为代表的俄罗斯“软实力”正在赢得本轮信息战的胜利，另一方则认为俄罗斯由于使用了落后的媒体战略和“斧头”工具，正在输掉这场信息战。美国海军学院教授尼古拉斯格沃兹杰夫说：“当他的同事听说他要参加俄罗斯‘软实力’讨论时，他们都很惊讶：‘难道俄罗斯有软实力？’”[6]

当然，俄罗斯并非没有软实力。只不过，在俄罗斯继承苏联遗产后的 20 年内，没有人关注它。直到 2012 年，普京在俄罗斯外交使节大会上明确提出“软实力”，并将其与“国家形象”共同纳入到俄罗斯外交政策中。普京强调，“俄罗斯在海外的形象塑造不取决于我们，因为它的形象被曲解，没有反映我国的实情，没有反映俄罗斯对于世界文明、科学和文化的贡献，而且对我国在国际事务上立场的报道总显片面……我们的过失在于，没有能够很好地解释自己的立场。”[7] RT 则是成功解释俄罗斯立场的重要力量之一。

2 新型媒体在国家软实力战略中的地位——以 RT 为例

2.1 明确定位：重塑俄罗斯国家形象，传播俄罗斯新闻观

RT 很清楚美国人倡导的“软实力”的实质，其主编坚定地提出，RT 是俄罗斯的另一个“国防部”。因此，RT 从一开始便有明确的战略定位，即重塑俄罗斯国家形象，传播俄罗斯新闻观。

概括起来，RT 重塑国家形象的战略定位可以细化为以下要点：传播俄罗斯新闻观（以俄罗斯视角看新闻）；传播俄罗斯声音（俄罗斯价值观）；报道西方媒体有意忽视的内容（客观事件的另一面）；提供可选择的观点（不与西方媒体大合唱）；永远支持自己的祖国（因为我是俄罗斯人）。

RT 广泛有效地就国际事件表达俄罗斯观点，对英语大众传媒在全球范围内垄断数十年的信息传递格局构成重大挑战。它引起了西方国家的密切关注，甚至是担心。因此，RT 在一些西方国家中（比如在英国）已经直接被指责对国家安全构成威胁，这并非偶然 [8]。

2.2 打造全新的媒体品牌，避免西方的刻板陈见

正如《全球媒体时代的软实力之争：伊拉克战争之后的美国形象》一书的作者奈森·嘉戴尔斯和迈克·麦德沃所言，力量在于形象。由于大多数人都凭借情感而非理智去理解现实，所以在全球公共广场上，力量有赖于形象。在世界观的形成过程中，人们趋于将采纳的故事建立在自己能够感同身受的形象中，即那些传达自身文化中的尊严、认可和地位的形象。正是认识到此，俄罗斯在重塑国家形象时没有对旧有媒体进行改造，而是决定另起炉灶，以消除西方社会对俄罗斯原有传媒的刻板成见。

2.2.1 以非营利组织身份走向世界　RT 最初在俄罗斯联邦新闻主管机构注册为“非营利自治组织”，其创始人为俄罗斯新闻社。尽管 RT 曾与俄罗斯新闻社在一个办公楼内工作，但实际上 RT 拥有高度的自治权，俄罗斯新闻社并未参与其经营与管理工作，只是名义上的创始人。RT 总编辑则享有充分的日常管理权限。注册为非营利自治组织有利于 RT 进入西方社会时获得认同。

2.2.2 依靠政府支持，打造完全数字化媒体平台

RT 是俄罗斯国内最早的完全数字化的电视媒体，拥有世界一流的技术设备，并在俄罗斯、美国、英国等多地建立了先进的采编和传输平台。完全数字化平台的建设有利于改变西方社会对于俄罗斯贫穷、落后、保守、愚昧的习惯认知。

为促进 RT 快速发展，俄罗斯政府给予其优先支持。从规划、开通到运营，RT 都得到了普京和梅德维杰夫两位俄罗斯总统的全力支持。梅德维杰夫亲自启动了 RT 的纪录片频道，普京则亲临 RT 新的办公楼视察，与 RT 的编辑记者座谈，并指示财政部要全力保证其所需的运营资金。研究表明，俄罗斯政府主要在两方面支持 RT：一是财政支持，即全力满足 RT 发展所需要的资金，在对外宣传总预算的框架内，优先满足 RT 的需要；二是对外政策的支持，即 RT 与俄罗斯外交部保持密切联系，能够及时掌握俄罗斯外交政策，从而在对外宣传中保持与外交部完全一致的口径，以保证 RT 发挥“重塑国家形象”、传递国家观点的传播功能。

2.2.3 借助社交媒体赶超竞争对手，吸引年轻受众

RT 最初是以电视频道的形式出现的，但其发展战略远非那些反对者所想象的那样简单。英语电视频道只是 RT 的起步，后来的发展证明，全媒体才是 RT 真正的业务发展方向。完全数字化的制播体系为 RT 的战略扩张提供了便捷的条件。2005 年 RT 启动英语电视频道后，经过一段时间的数据库积累，很快开通了阿拉伯语、西班牙语和俄语频道，并从电视领域扩张到互联网、社交媒体，取得了不凡的成绩。

2012 年，RT 跃居优图网站最大的新闻视频提供商。2013 年，成为优图上首家观看人次超过 10 亿的电视新闻频道，广告收入超过 50 万美元。2014 年 2 月 28 日，RT 宣布在优图设专区传播新闻报道、纪录片和电视专题，成为第一个与优图合作的俄方媒体。

数字化制播体系为 RT 各种媒介之间的内容转换和开发使用带来了极大的便利。RT 将相关内容放到优图、推特、脸谱等社交媒体上后，其注册用户和流量远远超过了西方主流媒体，以绝对领先地位极大地丰富了 RT 的品牌内涵。在 RT 眼里，未来世界属于现在使用社交媒体的年轻人，拥有他们，RT 才能拥有未来。

3 RT 成长的启示

目前，RT 已经形成自己的传播网络，其中包括分别用英语、阿拉伯语和西班牙语报道的三家全球性新闻频道，RT 美国频道，英国频道 ,RT 纪录片频道（分别用英语和俄语播出），并在德国和法国设有在线平台，其视频新闻中心——RUPTLY 在社交网络上影响力巨大。目前，RT 覆盖了世界上 100 多个国家超过 7 亿受众，成为以电视频道为主体，互联网、社交媒体等全面发展的多语种的俄罗斯新型主流媒体。它的经验虽然不能完全照搬，但对于其他新兴国家的媒体发展仍具有一定的启示意义。

3.1 新技术为传统媒体提供了成功转型的机会

2005 年，RT 尚在筹备时，便遭到多方否定。反对者集中认为，电视是传统媒体，在互联网时代创办电视不合时宜。西方媒体更是认定，由西方主流电视传媒一统天下的格局，难以接受俄罗斯新兴的电视媒体，RT 从一开始便被认定走错了方向。但 RT 的实践证明，传统媒体完全可以在新技术条件下发挥更大的作用，并自觉转变为新型的媒体组织，甚至有能力打破西方主流媒体长期垄断的信息传播空间。

3.2 创新政府管理模式，有利于发挥传媒的“软实力”

毫无疑问，RT 是俄罗斯国有新闻媒体，其总编辑鲜明的“俄罗斯立场”保证了其政治导向的可靠性，而其新闻专业主义精神又改变了苏联时代传统媒体在西方受众中的刻板印象，吸引了一批独立思考的西方受众。从实际效果看，无论是内容影响力，还是市场拓展力，RT 取得的成绩不容忽视。或许正因如此，俄罗斯总统下令将原来的俄罗斯新闻社重组为“今日俄罗斯国际通讯社”。

在 RT 的发展过程中，俄罗斯政府作为国家投资方，较好地处理了政府投资与媒体自我管理的关系。RT 虽然受到了俄罗斯政府的财政支持，但是它实现总编辑负责制，运营相对独立。在内容采编、市场开发方面拥有完全的自主权，政府除了任命总编辑和提供资金与外交政策的支持外，并不干涉其日常的运营与管理。它的采编团队和经营团队都是依据新闻规律和市场原则组建的，而不是由主管部门任命。灵活管理的空间和充分自主的管理权限，使得其能够大胆运用各种公关手段，以独立市场主体的身份处理面临的各种挑战，从而适应西方受众的接受心理和媒体使用习惯，成功化解各种危机，而不必顾忌国内受众及管理部门的感受。

因此，RT 的实践启示我们，创新国家管理方式对于媒体的发展至关重要。对媒体的财政支持不能影响媒体按照新闻规律和市场原则运营，新闻导向的正确性并不需要通过政府对媒体内容和运营事无巨细的干预来实现。妥善处理国家投资与媒体自治的关系，有利于提高国家投入的社会效益与经济效益，是对外传播取得成功的重要条件。

3.3 清晰的品牌意识和传播目标有利于“软实力”的形成

从投资角度看，俄罗斯政府对 RT 的投入并不多，其年度预算和 CNN、BBC 等相当，但 RT 却是“另起炉灶，新开张”的后来者。俄罗斯政府没有在原有众多电视台的基础上进行改造，从而成功地

谢新洲，陈春彦 . 新型媒体与国家软实力战略——“今日俄罗斯”（RT）的发展与启示 [J]. 智库理论与实践，2016，1(1)：94-97.

回避了西方社会对既有频道存在的偏见。同时，RT创办之初便确定了一个看似不可能完成却又非常明确和具体的目标：与 CNN、BBC 竞争。

实践证明，俄罗斯集中打造 RT 品牌，展示了强烈的精品意识，避免了资金分散，提高了财政资金使用效率，使之成为国家软实力战略中的中坚。它对于发展中国家如何在资金有限的情况下开展对外传播工作尤其具有借鉴意义。

总之，RT 的成长为中国及其他发展中的新兴国家媒体带来信心和希望。传统媒体借助于数字技术等现代化手段，同样可以发展成为新型媒体组织，成为国家软实力的重要组成部分，在塑造国家形象、传播国家观点方面发挥更大的作用，甚至打破现有的传播格局，改变西方主流媒体的绝对垄断地位，逐步实现信息传播的均衡流动。

参考文献：

[1] Наумов Александр Олегович：«Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации [EB/OL].[2016-02-21].http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm.

[2] См. напр.: CountryBrandIndexReport 2014-2015[EB/OL].[2016-02-21].http://www.slideshare.net/massimoclementini/country-brand-index-2014-2015-report.

[3] Индекс национальных брендов Анхольта 2012-2013[EB/OL].[2016-02-21].http://www.gfk.com/news-and-events/press-room/press-releases/pages/nation-brand-index-2013-latest-findings.aspx.

[4] Рейтинг стран по Индексу страновых брендов 2014/15 (FutureBrand)[EB/OL].[2016-02-21].http://www.futurebrand.com/cbi/2014/thankyou/3935/cbi2014-4654222230#download-form.

[5] Официальный сайт международного исследовательского проекта «Индекс хороших стран» (TheGoodCountryIndex)[EB/OL].[2016-02-21].http://www.goodcountry.org/overall.

[6] Михаил Гуткин, Сергей Гусев：Есть ли у России «мягкая сила»[EB/OL].[2016-02-21].http://www.golos-ameriki.ru/content/russia-soft-power/2969349.html.

[7] Совещание послов и постоянных представителей России[EB/OL].[2016-02-21].Президент России. Официальный сайт. http://www.kremlin.ru/news/15902.

[8] 谢新洲：“ 今日俄罗斯 ”，何以让西方紧张 [N]，人民日报，2014 年 5 月 19 日第 23 版 .

作者贡献说明：

谢新洲：提出报告的主要思想与观点，并对今日俄罗斯的启示进行了分析；

陈春彦：收集资料，撰写部分初稿，参与修改。

Research on the New Type of Media and the National Soft Power Strategy: the Development of “Russia Today” (RT) and Its Inspirations

Xie Xinzhou[1] Chen Chunyan[2]

[1] New Media School, PKU, Beijing 100087

[2] School of Journalism and Communication, PKU, Beijing 100087

Abstract: [Purpose/significance] In terms of the issue how the traditional mass media more effectively implement the national soft power strategy by the means of technology and platforms such as Internet and social media,this paper aims at exploring the ways of implementing the national soft power strategy through the new type of media at the national level. It takes “Russian Today” (RT) as an example. **[Method/process]** With the literature review and the case analysis, this paper analyzed the experience of RT about how to implement the media strategy of “restructuring the Russian image” and “expressing Russian ideas ”. **[Result/conclusion]** The result shows that the traditional media can succeed in transformation by the means of modern media technology to more effectively serve the nationaly soft power strategy. It can help strenthen the confidence of media in China and other emerging countries and restructure the pattern of the world information dissemination.

Keywords: national image international communication diplomatic strategy media brand media position

收稿日期：2016-02-21 修回日期：2016-02-23 本文责任编辑：唐果媛